

## PERANCANGAN INFOGRAFIS UNTUK PENUNJANG PARIWISATA DESA CIASMARA

Gagas Ezhar Rahmayadi<sup>1</sup>, Sasmi Hidayatul Yulianing Tyas<sup>2</sup>, Dwina Satrinia<sup>3</sup>,  
Dhimas Zaki Ergianta<sup>4</sup>, Virginia Clara<sup>5</sup>

<sup>1,4</sup> Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, <sup>2,3,5</sup> Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[gagasezharr@telkomuniversity.ac.id](mailto:gagasezharr@telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup>[tyassasmi@telkomuniversity.ac.id](mailto:tyassasmi@telkomuniversity.ac.id)  
, <sup>3</sup>[dwinasatrinia@telkomuniversity.ac.id](mailto:dwinasatrinia@telkomuniversity.ac.id), <sup>4</sup>[dhimazzaki@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:dhimazzaki@student.telkomuniversity.ac.id),  
<sup>5</sup>[virjiniaclara@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:virjiniaclara@student.telkomuniversity.ac.id)

### Abstract

*Ciasmara Tourism Village, located in Pamijahan District, Bogor Regency possesses diverse potential resources, particularly natural attractions such as waterfalls and hot springs. Despite these assets, the village has yet to establish a structured system of information regarding the locations, facilities, and tourism features available. This community service initiative was designed to enhance the dissemination of information and strengthen the promotion of Ciasmara Tourism Village through the development of infographics integrated with the village's visual identity. The implementation employed a participatory approach, encompassing several stages: identification of needs and collection of tourism potential data; conceptual design of infographics grounded in visual design theory; validation and refinement of the design in collaboration with local partners; production and installation of media at the village office; and subsequent socialization and handover. The project resulted in printed infographics displayed at the Ciasmara Village Office, which elicited positive responses from users, particularly with regard to the location map that facilitated the identification of tourism areas and notable attractions. Furthermore, this initiative contributes to sustainability strategies by enabling village administrators to independently update the infographics, thereby supporting the continuous development of Ciasmara Tourism Village.*

**Keywords:** *Ciasmara Tourism Village; Community Service; Tourism Infographics; Tourism Promotion; Visual Design*

### Abstrak

Desa Wisata Ciasmara di Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor memiliki berbagai potensi unggulan salah satunya yaitu wisata alam berupa curug dan pemandian air panas. Namun, Desa Ciasmara belum memiliki informasi terstruktur mengenai lokasi, fasilitas, dan daya tarik wisata yang ada. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memperkuat penyebaran informasi serta promosi Desa Wisata Ciasmara melalui perancangan infografis yang terintegrasi dengan identitas visual desa. Metode pelaksanaan mengadopsi pendekatan partisipatif dengan tahapan identifikasi kebutuhan dan pengumpulan data potensi wisata, perancangan konsep infografis berdasarkan teori desain visual, validasi serta penyempurnaan desain oleh mitra, produksi dan instalasi media di kantor desa, hingga sosialisasi dan serah terima. Kegiatan ini menghasilkan infografis cetak yang dipasang di Kantor Desa Ciasmara, serta mendapat respon positif dari pengguna khususnya infografis berupa peta lokasi yang memudahkan identifikasi wilayah wisata dan potensi menarik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berkontribusi pada strategi keberlanjutan berupa pemutakhiran mandiri infografis oleh pengelola desa untuk mendukung pengembangan berkelanjutan Desa Wisata Ciasmara.

**Kata Kunci:** Desain Visual; Desa Wisata Ciasmara; Infografis Wisata; Pengabdian Masyarakat; Promosi Pariwisata;

Submitted: 2025-12-19

Revised: 2025-12-27

Accepted: 2026-01-05

### Pendahuluan

Desa Ciasmara di Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, memiliki potensi wisata terpadu yang kuat melalui kombinasi agrowisata, wisata alam, dan wisata perikanan. Tanpa strategi promosi dan komunikasi yang baik, potensi tersebut sulit memberikan dampak ekonomi signifikan bagi masyarakat dan pelaku usaha lokal. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa Desa Ciasmara masih belum dikenal luas di luar kawasan Bogor karena minimnya media informasi yang mudah diakses wisatawan.

Informasi mengenai lokasi, fasilitas, dan daya tarik utama Desa Ciasmara pada praktiknya masih banyak disebarkan secara lisan atau melalui media yang tidak terstruktur, sehingga calon wisatawan sulit memperoleh gambaran yang jelas tentang desa tersebut. Belum tersedianya media informasi dasar seperti penunjuk arah, peta kawasan, serta kanal digital (website dan media sosial) menyebabkan arus kunjungan wisatawan rendah dan berdampak pada stagnasi pendapatan masyarakat di Desa tersebut. Pada kegiatan pengabdian sebelumnya, telah dirancang logo Desa Wisata Ciasmara sebagai identitas visual, namun elemen branding ini belum diimplementasikan secara konsisten pada berbagai media informasi dan promosi.

Desain komunikasi visual berperan penting dalam membangun citra destinasi, meningkatkan daya tarik visual, dan memudahkan wisatawan memahami informasi secara cepat dan persuasif. Penelitian terkait desa wisata dan destinasi lokal menunjukkan bahwa visualisasi potensi wisata melalui media grafis (poster, video, infografis) mampu meningkatkan minat kunjungan dan memperkuat identitas destinasi pada wisatawan. Di kawasan wisata, penerapan environmental graphic design melalui peta kawasan, signage tematik, dan sistem wayfinding terbukti efektif memperkuat identitas visual sekaligus memudahkan orientasi dan pergerakan pengunjung.

Pada konteks Desa Ciasmara, belum adanya peta kawasan, infografis potensi wisata, dan penunjuk arah yang sistematis di titik-titik strategis membuat wisatawan tidak memiliki panduan yang jelas saat memasuki kawasan desa wisata. Padahal desa ini memiliki beragam data dan potensi (pertanian, alam, perikanan) yang jika dikonversi menjadi sajian visual informatif dapat meningkatkan awareness dan ketertarikan calon pengunjung sekaligus membantu wisatawan menavigasi area wisata dengan lebih mudah. Mitra berharap desa lebih dikenal luas dan wisatawan dapat dengan mudah mengetahui aktivitas, lokasi, dan daya tarik yang tersedia, sehingga berdampak pada peningkatan kunjungan dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dimaksudkan untuk memperkuat penyebaran informasi dan promosi Desa Wisata Ciasmara melalui perancangan infografis yang terintegrasi dengan identitas visual desa. Infografis, menurut (Mark Smiciklas, 2012), didefinisikan sebagai visualisasi data atau konsep yang dirancang untuk menyampaikan informasi yang kompleks kepada audiens sehingga dapat diakses dengan cepat dan mudah dipahami. Teori ini terkait dengan situasi wisatawan modern, yang biasanya memiliki keterbatasan waktu untuk memproses jumlah teks yang cukup besar. Selain itu, seperti yang ditekankan oleh (Lankow et al., 2012a, 2012b), infografis yang efektif harus memenuhi tiga komponen utama: daya tarik (appeal), pemahaman (comprehension), dan daya ingat (retention).

Tujuan khusus kegiatan meliputi: (1) menyusun dan memvisualisasikan data potensi wisata Desa Ciasmara (pertanian, alam, perikanan) ke dalam infografis yang informatif dan menarik; (2) merancang dan menerapkan media infografis / peta kawasan yang dapat diakses wisatawan pada titik awal masuk desa wisata (kantor desa atau gerbang utama); dan (3) menyediakan media panduan visual yang membantu navigasi dan meningkatkan pengalaman berkunjung di Desa Wisata Ciasmara. Pendekatan ini sejalan dengan kecenderungan pengembangan desa wisata yang menekankan pemanfaatan media visual dan sistem informasi ruang untuk membangun citra destinasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Melihat pentingnya hal ini, Sangat penting bagi perangkat desa untuk terlibat secara aktif sebagai mitra untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan benar, akurat, dan sesuai dengan rencana pengembangan desa jangka panjang. Diharapkan melalui kolaborasi ini, potensi wisata Desa Ciasmara dapat dipromosikan secara lebih profesional. Pada akhirnya, ini akan menghasilkan lebih banyak kunjungan wisatawan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa setempat.

## Metode

- Lokasi dan ruang lingkup pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Ciasmara, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, dengan fokus pada kawasan yang dikembangkan sebagai desa wisata berbasis potensi pertanian, perikanan, dan wisata alam. Ruang lingkup pengabdian mencakup pemetaan potensi wisata desa, perancangan media informasi visual berupa infografis dan signage, serta implementasi media tersebut pada titik-titik strategis di area desa wisata yang mudah diakses oleh wisatawan.

- Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Ciasmara, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, dengan fokus pada kawasan yang dikembangkan sebagai desa wisata berbasis potensi pertanian, perikanan, dan wisata alam. Ruang lingkup pengabdian mencakup pemetaan potensi wisata desa, perancangan media informasi visual berupa infografis dan signage, serta implementasi media tersebut pada titik-titik strategis di area desa wisata yang mudah diakses oleh wisatawan. Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif. Mengacu pada teori partisipasi masyarakat, menurut (Arnstein, 1969), keberhasilan program pengabdian masyarakat sangat bergantung pada tingkat keterlibatan masyarakat, dimulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat tidak hanya bertindak sebagai desainer, tetapi juga bekerja sama dengan perangkat Desa Ciasmara untuk mengumpulkan data tentang tempat wisata potensial untuk diterapkan pada infografis.

- Tahapan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan berikut.

1. Tahap identifikasi kebutuhan dan pengumpulan data

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan perangkat Desa Ciasmara untuk mengidentifikasi permasalahan terkait kurangnya media informasi dan penunjuk arah di kawasan desa wisata. Kegiatan ini dilakukan melalui pertemuan awal, diskusi kelompok terarah, serta observasi lapangan untuk mendata lokasi-lokasi wisata potensial, jalur akses, fasilitas pendukung, dan titik-titik strategis pemasangan infografis dan signage. Observasi lapangan dilakukan dengan mengunjungi langsung ke tempat wisata pertanian, perikanan, dan alam Desa Ciasmara untuk mengumpulkan gambar dan data titik koordinat.

Selanjutnya dilakukan focus group discussion (FGD) dengan perangkat Desa Ciasmara untuk menentukan informasi apa yang ingin ditampilkan dalam infografis informasi yang ingin ditampilkan termasuk fasilitas umum, rute jalan, dan keunggulan pertanian dan perikanan.

2. Tahap perancangan konsep infografis

Berdasarkan data potensi wisata yang diperoleh, tim pengabdian menyusun konsep visual infografis yang selaras dengan identitas visual desa wisata Ciasmara yang telah dikembangkan pada kegiatan pengabdian sebelumnya. Pada tahap ini, perangkat desa dilibatkan untuk memberikan masukan terkait konten informasi yang perlu ditonjolkan, bahasa yang digunakan, serta penyesuaian dengan karakteristik pengunjung dan masyarakat setempat. Proses ini juga mencakup membuat sketsa peta, memilih tipografi dan memilih komposisi warna untuk menggambarkan identitas alam Desa Ciasmara.

3. Tahap validasi dan penyempurnaan desain

Draf desain infografis yang telah disusun kemudian dipresentasikan kepada perangkat desa dan perwakilan masyarakat untuk memperoleh umpan balik. Proses ini memungkinkan terjadinya dialog dua arah mengenai kelengkapan informasi, keterbacaan, dan kesesuaian desain dengan

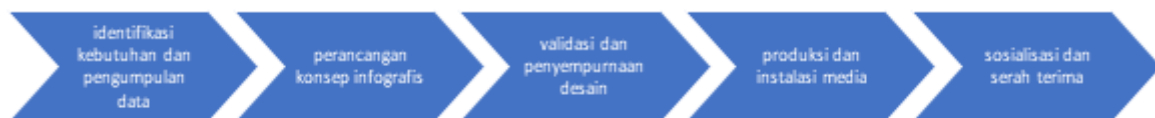
kebutuhan lapangan. Masukan dari mitra digunakan untuk menyempurnakan desain sebelum masuk ke tahap produksi.

#### 4. Tahap produksi dan instalasi media

Setelah rancangan disepakati, tim melanjutkan ke tahap produksi infografis dalam bentuk media cetak yang siap dipasang. Pemasangan dilakukan di depan kantor desa yang mengarahkan wisatawan menuju destinasi utama, dengan melibatkan perangkat desa dan warga setempat agar mereka memahami fungsi dan penempatan media yang telah dibuat.

#### 5. Tahap sosialisasi dan serah terima

Sebagai penutup rangkaian kegiatan, tim pelaksana melakukan sosialisasi penggunaan infografis kepada perangkat desa, pengelola desa wisata, serta perwakilan pelaku usaha lokal. Pada tahap ini dijelaskan cara memanfaatkan media tersebut sebagai panduan wisatawan dan sebagai sarana promosi desa wisata, sekaligus dilakukan serah terima hasil pengabdian kepada pihak desa sebagai bentuk keberlanjutan pengelolaan.



*Gambar 1 Metodologi Abdimas Perancangan Infografis Desa Ciasmara*

### **Hasil dan Pembahasan**

#### 1. Implementasi Metode Partisipatif

Metode Participation-Based Design (PBD), yang menekankan kerja sama dua arah, telah berhasil diterapkan. Setelah validasi data lapangan, tahapan Focus Group Discussion (FGD) dengan mitra memastikan bahwa desain infografis yang dibuat tidak hanya berdasarkan perspektif akademisi tetapi juga memasukkan tujuan dan kebutuhan praktis desa. Keberhasilan proyek bergantung pada partisipasi aktif mitra sejak tahap perencanaan (pengumpulan data) hingga tahap validasi desain.

#### 2. Penerapan Prinsip Komunikasi Visual

Prinsip efektivitas komunikasi visual, berdasarkan kerangka teori (Mark Smiciklas, 2012), menjadi dasar desain infografis ini. Tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi yang kompleks tentang geografi dan potensi desa secara cepat melalui penggunaan elemen grafis, penataan ruang, dan minimalisasi teks.

#### 3. Validitas dan Efek Jangka Pendek

Revisi desain dengan mitra berfungsi sebagai validasi eksternal. Untuk memastikan infografis dapat berfungsi sebagai sumber panduan yang terpercaya bagi wisatawan, validasi mitra memastikan bahwa informasi seperti nama tempat, rute, dan data komoditas akurat.

Puncak kegiatan pengabdian adalah penyerahan infografis yang telah dibuat secara simbolis kepada mitra. Pada tahap ini, kepemilikan dan tanggung jawab operasional media ditransfer. Tahap serah terima ini membawa mitra ke tahap adopsi (adoption), menurut (Dewi et al., 2025) yang merujuk pada teori Difusi Inovasi dari Rogers, E. M. Ini adalah contoh "inovasi" yang akan didistribusikan dan dimasukkan ke dalam sistem promosi desa.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Ciasmara menghasilkan beberapa output utama berupa pemetaan potensi wisata, rancangan infografis kawasan wisata, serta penerapan media informasi visual pada titik strategis desa wisata. Kegiatan ini dilaksanakan melalui rangkaian pendampingan partisipatif bersama perangkat desa, pengelola desa wisata, dan perwakilan masyarakat sehingga setiap luaran yang dihasilkan merefleksikan kebutuhan lapangan dan karakteristik lokal desa.

Pertama, dari tahapan identifikasi kebutuhan dan observasi lapangan diperoleh pemetaan awal potensi wisata yang meliputi tiga kluster utama, yaitu wisata pertanian (agrowisata), wisata alam, dan wisata perikanan. Pemetaan ini mendokumentasikan lokasi, akses, dan fasilitas dasar yang tersedia, serta mengelompokkan daya tarik wisata agar dapat divisualisasikan secara terstruktur dalam infografis.

Kedua, berdasarkan data tersebut disusun rancangan infografis utama berupa peta kawasan desa wisata yang memuat titik-titik destinasi, rute akses, ikon fasilitas, dan informasi singkat mengenai aktivitas yang dapat dilakukan pengunjung pada masing-masing lokasi.

Ketiga, sebagai implementasi visual di lapangan, infografis kawasan desa wisata diproduksi dalam bentuk media cetak berukuran besar dan dipasang di area kantor desa yang berada di jalur awal masuk desa wisata. Penempatan ini dipilih karena kantor desa menjadi titik orientasi awal bagi wisatawan dan tamu yang datang, sehingga infografis dapat berfungsi sebagai peta orientasi (orientation map) sekaligus media promosi visual desa.



Gambar 2 Serah Terima Infografis Desa Ciasmara

Hasil pemetaan potensi wisata dan produksi infografis menunjukkan bahwa pengorganisasian informasi dalam bentuk visual terpadu mampu menjembatani kesenjangan yang sebelumnya terjadi antara kekayaan potensi desa dan keterbatasan media informasi. Sebelum program ini, informasi mengenai destinasi di Desa Ciasmara lebih banyak tersebar secara lisan dan tidak terdokumentasi secara sistematis, sehingga calon pengunjung kesulitan memperoleh gambaran menyeluruh tentang apa yang ditawarkan desa. Dengan adanya infografis yang memetakan agrowisata, wisata alam, dan wisata perikanan dalam satu tampilan, desa kini memiliki alat bantu promosi yang ringkas namun komprehensif dan mudah dipahami oleh wisatawan.

Pendekatan pendampingan partisipatif yang digunakan dalam kegiatan ini berpengaruh positif terhadap relevansi dan tingkat penerimaan luaran oleh mitra. Keterlibatan perangkat desa sejak tahap identifikasi kebutuhan, penyusunan konten, hingga validasi desain membuat infografis dan



signage yang dihasilkan tidak hanya “baik secara visual”, tetapi juga sesuai dengan bahasa, simbol, dan prioritas informasi yang dianggap penting oleh pengelola desa. Hal ini selaras dengan gagasan partisipasi masyarakat yang menekankan pentingnya pelibatan warga dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program agar hasilnya lebih berkelanjutan dan tidak sekadar menjadi intervensi satu arah.

Dari sisi fungsi, infografis yang ditempatkan di kantor desa berperan ganda sebagai media promosi dan media navigasi. Sebagai media promosi, infografis membantu menonjolkan kekhasan Desa Ciasmara yang memadukan pertanian, alam, dan perikanan dalam satu destinasi, sehingga memperkuat citra desa wisata terpadu. Sebagai media navigasi, infografis dan signage pendukung memudahkan wisatawan memahami tata letak kawasan, meminimalkan kebingungan arah, dan membantu mereka merencanakan rute kunjungan secara mandiri. Kondisi ini diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan berkunjung dan mendorong wisatawan untuk mengeksplorasi lebih banyak titik destinasi di desa.

Implikasi lain yang muncul adalah terbukanya peluang pengembangan media informasi lanjutan. Infografis yang telah dihasilkan dapat menjadi basis untuk pengembangan materi promosi digital, seperti konten media sosial atau website desa wisata di masa mendatang. Selain itu, keterlibatan perangkat desa dalam menyusun dan memaknai peta kawasan memberi pengalaman awal bagi mereka untuk mengelola sendiri pembaruan konten ketika terjadi penambahan destinasi atau fasilitas baru. Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya menghasilkan produk visual, tetapi juga mendorong penguatan kapasitas pengelola desa wisata dalam memanfaatkan media informasi sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Media infografis harus ditempatkan di lokasi strategis agar memiliki efek terbaik. Agar infografis dapat memenuhi tujuan utamanya, maka harus dipasang secara publik agar memiliki manfaat, seperti:

1. Meningkatkan keterbacaan (visibilitas) informasi wisata Desa Ciasmara.
2. Memberikan kesan pertama yang terorganisir dan profesional kepada pengunjung.
3. Memungkinkan pengunjung untuk lebih mudah menemukan tujuan awal pemecahan masalah.

Setelah mitra menyelesaikan pemasangan ini, perangkat desa akan memiliki master file desain yang dapat dicetak ulang atau digunakan untuk kebutuhan di masa yang akan datang.

## **Kesimpulan**

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan baik dan mendapatkan respon positif dari pihak Desa Ciasmara sebagai mitra pengabdian. Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif yang sangat sesuai dengan solusi pemecahan masalah yang ada. Kegiatan ini telah berkontribusi dalam pengembangan pariwisata Desa Ciasmara, terutama dari segi penyediaan infografis yang dapat mempermudah wisatawan mendapatkan informasi titik lokasi wisata di Desa Ciasmara.

**Daftar Pustaka**

- Arnstein, S. R(1969). A Ladder Of Citizen Participation. Journal of the American Planning Association, 35(4), 216–224.  
<https://doi.org/10.1080/01944366908977225;WGROUP:STRING:PUBLICATION>
- Dewi, E. S., 1\*, H., & Veri, J. (2025). Penerapan Framework Difusi Inovasi dalam Perancangan Model Bisnis Digital.
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. C. (2012a). Infographics: The Power of Visual Storytelling. John Wiley & Sons, Inc.  
<https://books.google.co.id/books?id=x7tLPkYQBxoC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Lankow, Jason., Ritchie, Josh., & Crooks, Ross. (2012b). Infographics : The Power of Visual Storytelling. 263.  
<https://books.google.com/books/about/Infographics.html?id=x7tLPkYQBxoC>
- Mark Smiciklas. (2012). The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences. QUE.